

**6. При трудностях в поиске нужной информации Вы обращаетесь:**

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| 1. к дежурному библиотекаря                    | 4. к коллегам по работе |
| 2. в Интернет-справочную на сайте библиотеки   | 5. никуда не обращаюсь  |
| 3. в научно-библиографический отдел библиотеки | 6. Ваш вариант _____    |

**7. Укажите, какими новыми услугами, оказываемыми библиотекой, Вы пользуетесь:**

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. просмотр электронного формуляра | 3. продление литературы по электронной почте |
| 2. электронный заказ литературы    | 4. не пользуюсь                              |

**8. Пользуетесь ли Вы информацией рубрики «Преподавателю и ученому» на сайте библиотеки?**

- |       |        |
|-------|--------|
| 1. да | 2. нет |
|-------|--------|

УДК 027.7:31

Рассмотрены вопросы, связанные с организацией социологических исследований в вузовской библиотеке.

*Ключевые слова:* библиотеки вузов, социологические исследования, социальная ответственность, заинтересованные стороны, стейкхолдеры.

**И. Г. Воронская**

*ЗНБ УрФУ, Екатеринбург*

**Зона социальной ответственности библиотеки  
в свете социологических практик<sup>1</sup>**

Все чаще в публикациях упоминается термин *социальная ответственность* организации. С точки зрения соответствующих международного и отечественного стандартов социальная ответственность любой организации – это концепция ее деятельности, в соответствии с которой организация возлагает на себя обязательства учитывать интересы всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) в своих решениях, а также в деловых и трудовых практиках. Не исключением является и образовательная, и библиотечная среда, в том числе среда вузовской библиотеки.

Какие из «сторон» для вузовской библиотеки являются заинтересованными сторонами? Очевидно, что это ее пользователи, поставщики ресурсов, работники библиотеки, руководство вуза, местные сообщества. Для библиотеки также, как и для любого социального института, данная ответственность будет выражаться во взаимодействии с заинтересованными в ее деятельности сторонами. Каким образом строить подобное взаимодействие, чтобы определенные библиотекой заинтересованные стороны были удовлетворены? Следует ли, исходя из данного посыла, изучать и строить взаимодействие со всеми выявленными стейкхолдерами?

Ответ на данный вопрос очевиден – необходимо изучать интересы и потребности всех выявленных стейкхолдеров, а на их основе выстраивать взаимовыгодные отношения. Исходя из этого в настоящее время библиотека

---

<sup>1</sup> Статья включает результаты исследования ЗНБ УрФУ в рамках темы НИР №2770 «Изучение восприятия пользователями библиотечно-информационного сервиса».

нуждается в систематическом изучении всех заинтересованных сторон, в исследовании удовлетворенности их взаимодействия с библиотекой.

Необходимость изучения стейкхолдеров актуализировала использование библиотеками социологического знания. Известно, что социология – наука об обществе, составляющих его системах и социальных институтах, о закономерностях их функционирования и развития. Она имеет в своем арсенале большое количество различных методов и инструментов исследования.

Назначение социологического исследования – проведение анализа закономерностей развития социальных институтов, к числу которых принадлежит и библиотека. Все чаще в профессиональной печати и на конференциях появляется информация об использовании таких методов получения первичной социологической информации, как анкетирование, интервьюирование, в том числе фокус-группы, мини-опросы – т. е. социологических опросов пользователей, коллег и партнеров. Более того, многие библиотеки для проведения социологических исследований стали использовать Интернет-среду: сайты и группы в социальных сетях.

К примеру, в библиотеке Южно-Уральского государственного университета (Челябинск) проводятся опросы через сайт, группу ВКонтакте. Библиотека Южно-Уральского государственного медицинского университета (Челябинск) использует группу в социальной сети в качестве площадки для мини-опросов пользователей. Зональная научная библиотека Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (ЗНБ УрФУ, Екатеринбург) на протяжении ряда лет изучает отношение пользователей к библиотечно-информационному сервису посредством анкетирования, в том числе с размещением формы анкеты на сайте библиотеки, в группе «Доступная наука» ВКонтакте, а также транслирования информации в группу «Студент УрФУ». Таким образом, использование web-сервисов не только увеличивает количество опрошенных пользователей, но и показывает, что библиотека может разговаривать с молодежной аудиторией на понятном ей языке.

Изучение сотрудников библиотеки как группы внутренних стейкхолдеров проводится путем опросов чаще всего. В ЗНБ УрФУ это организовано с использованием шкалы компетенций, включенной в паспорт должности, т. е. документа, определяющего и подтверждающего наряду с должностной инструкцией квалификацию, полномочия и компетенции сотрудника, выполняющего определенные должностные обязанности. Шкала компетенций в данном паспорте позволяет проводить ежегодный мониторинг развития как личностных, так и деловых качеств сотрудников ЗНБ УрФУ, переводя его качественные характеристики в количественные. Это можно считать убедительным инструментом не только с точки зрения кадрового менеджмента, так как позволяет контролировать компетентностное развитие сотрудников (своевременно реагируя через систему повышения квалификации на любые «провисания» компетенций), но и с точки зрения использования социологических методов с очевидной направленностью на повышение результативности общей деятельности библиотеки. С одной стороны, использование паспорта должно-

сти – это не социологический метод, с другой, – проводимое ежегодное анкетирование с использованием компетентностной шкалы можно и нужно отнести к такому социологическому методу как анкетирование. Подобное ежегодное обследование целесообразно проводить в каждой библиотеке, но, к сожалению, разработка шкалы компетенций – довольно трудоемкое дело.

Проводя какие-либо мероприятия (семинары, конференции и т. д.) для партнеров, библиотеки стараются установить с ними обратную связь посредством таких форм как мини-опросы и интервьюирование. В ЗНБ УрФУ имеются анкеты по удовлетворенности проведенными для коллег (партнеров) мероприятиями (рис. 1).

<p style="text-align: center;">Анкета по итогам семинара «ДЕНЬ ELSEVIER: ПОДГОТОВКА ПЛАНА УСПЕШНОЙ НАУЧНОЙ КАРЬЕРЫ» 19 ноября 2013 г., Екатеринбург, ЗНБ УрФУ Уважаемый слушатель!</p> <p>Для выяснения степени Вашей удовлетворенности нашим мероприятием просим Вас ответить на вопросы анкеты (обвести кружком или поставить галочку, написать свой вариант ответа).</p> <p>1. Укажите, к какой категории слушателей вы относитесь А) преподаватель Б) аспирант В) магистрант Г) студент Е) сотрудник Д) иные _____</p> <p>2. Соответствует ли полученная информация вашим ожиданиям? А) да Б) частично В) нет, почему _____</p> <p>3. Какая тематика Вас интересует? О каких ресурсах / услугах Вы хотели бы услышать? _____ _____ _____ _____</p> <p>4. Удовлетворяет ли Вас организация мероприятия? А) да Б) частично В) нет, почему _____</p>
---

Рис. 1. Анкета удовлетворенности мероприятием в ЗНБ УрФУ

Конечно, основной вывод об использовании социологических практик библиотеками лежит на поверхности, к нему можно прийти и без тщательного изучения вопроса – библиотеки основным предметом исследования выбирают исследование удовлетворенности пользователей библиотечными сервисами и услугами. Таким образом, изучение других заинтересованных сторон библиотеки практически не проводят, по крайней мере, в открытых источниках такая информация не встречается.

Анализ отчетов, сайтов, групп в социальных сетях и публикаций библиотек вузов Уральского региона показал, что в 2013 г. лишь 3 библиотеки Уральского региона проводили полномасштабные социологические исследования пользователей методом анкетирования, 2 – использовали метод мини-опросов на сайте и 7 библиотек проводили опросы в своих группах в соци-

альной сети. В 2014 г. осталось неизменным число библиотек, которые проводят крупные социологические исследования пользователей, однако увеличилось до 6 число тех библиотек, кто использует сайт для проведения мини-опросов пользовательской аудитории. Можно отметить, что потребность в социологических исследованиях в библиотеках возрастает, а опросы пользователей в группах в социальных сетях для библиотек не теряют своей привлекательности (рис. 2).

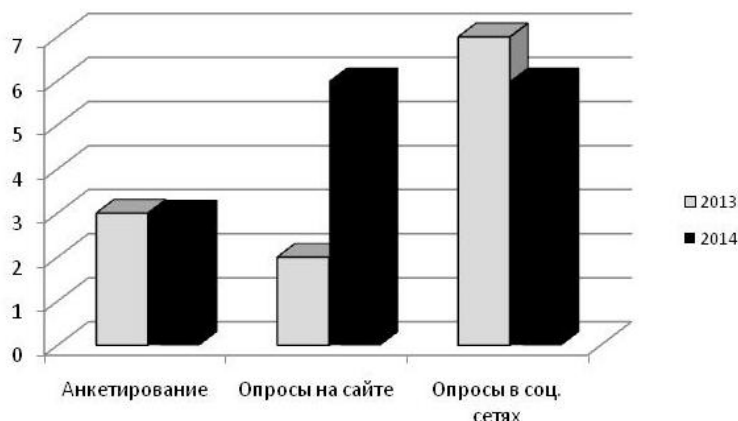


Рис. 2. Использование социологических практик в вузовских библиотеках Уральского региона

Но важно отметить и другой факт – не все исследования, проведенные в библиотеках, соответствуют требованиям их проведения с точки зрения социологической науки. Чаще всего социологические опросы сводятся к проведению разового анкетирования и, скорее всего, не могут отследить основные тенденции. Библиотеки в основном используют количественные методы исследования, отсутствуют данные об использовании качественных методов социологических исследований, которые можно получить с применением фокус-групп, исследования случая («кейс стади»), неструктурированных интервью. Некоторые библиотеки не учитывают качественную и количественную репрезентативность выборки, либо опрашивая малое количество людей, либо не учитывая все группы, которые важны для решения задач исследования. Кроме того, не все библиотечные работники оформляют программу исследования и сами анкеты согласно соответствующим социологическим правилам, а иногда и вовсе проводят исследования без наличия программы.

В связи с увеличением числа социологических практик в библиотеках все эти несоответствия стандартам вызывают определенные проблемы: во-первых, такие исследования не всегда позволяют правильно ответить на вопросы, которые ставились в ходе исследования, во-вторых, решить поставленные задачи и подтвердить или опровергнуть гипотезы, выдвигаемые в начале исследования.

Из данной ситуации может быть несколько выходов, или путей ликвидации несоответствий. Первый – более детальное изучение сотрудниками библиотек прикладных основ социологии, второй – введение в штат профессионального социолога, третий – использование сторонних социологических

организаций (аутсорсинг), а также четвертый – привлечение соответствующих специалистов вуза.

Все из предложенных путей решения данной проблемы имеют свои достоинства и недостатки. Подробнее рассмотрим каждый из них.

Изучение методов социологических практик сотрудниками библиотек. Как уже было отмечено выше, в случае когда это сводится лишь к дилетантскому использованию прикладных аспектов социологии, то зачастую приводит к ошибкам как в подготовительной части исследования, так и в части интерпретации его итогов. С другой стороны, подготовка специалистов внутри библиотеки через систему повышения квалификации или с помощью самообразования, разбирающихся в социологических методах и инструментах исследования, позволит снизить финансовые затраты библиотек при аутсорсинге, существенно расширить перечень и качество компетенций собственных сотрудников, тем более, предполагается, что сотрудник станет использовать свои умения и навыки множество раз, все время совершенствуясь. И более того, – передавая свой наработанный опыт другим сотрудникам библиотеки.

Введение в штат библиотеки социолога по образованию позволит более профессионально заниматься социологическими практиками, грамотно проводить исследования и анализировать результаты. И такой вариант, конечно, не исключается. По крайней мере, он не так плох, и им стоит воспользоваться при найме персонала. Правда, отметим, что основным минусом может быть то, что данный специалист не будет иметь достаточно профессиональных библиотечных знаний. Эксперты утверждают, что подобных специалистов в библиотечной среде мало. Многие библиотеки находят выход из сложившейся ситуации путем введения в штат методистов, либо специалистов по маркетингу, которые проводят маркетинговые исследования, являющиеся одним из видов социологических практик.

Использование сторонних социологических организаций. Данный способ также позволит более квалифицированно провести социологические исследования в библиотеках, но это слишком затратно в финансовом плане, тем более, если это мониторинг, подразумевающий многократные исследования.

Привлечение соответствующих специалистов вуза. К слову сказать, в ЗНБ анкетирование было организовано таким образом, что состав вопросов и программа исследования на стадии планирования были согласованы с ведущими университетскими специалистами этого направления. Кстати, это еще один из моментов, который следует использовать тем вузовским библиотекам, в вузах которых имеются подобные специалисты или структурные подразделения: очевидно, что качество библиотечных исследований при этом возрастет.

Итак, какой путь все-таки выберет библиотека? Решать самой библиотеке. Тем более, не возбраняется использовать и не один вариант.

Подготовка социологического исследования – процесс трудоемкий, содержащий разные виды работ, начиная от определения объекта и предмета исследования, постановки проблемы и выдвижения гипотез, составления

программы, инструментария и определения способов оценки результатов, заканчивая сбором и обработкой информации и подведением итогов.

Сотрудники библиотек понимают, что социологические практики помогают им не только получить актуальную информацию, но и найти пути решения некоторых важных проблем. Таким образом, широкое использование социологического знания в библиотеках способствует лучшему изучению процессов и явлений, позволяет действовать согласно принципу системы качества – управлять с фактами на руках.

М. М. Самохина, заведующая исследовательским центром «Библиотека. Чтение. Интернет» Российской государственной библиотеки для молодежи, отмечает, что в России отсутствует организация либо группа библиотечных специалистов-социологов, которая отслеживала бы тематику и анализировала данные многочисленных исследований, в той или иной форме ведущихся сегодня чуть ли не в каждой библиотеке [1]. Такая организация позволила бы библиотечным социологам делиться опытом с коллегами, а также существовала бы возможность составить полную картину деятельности библиотек и ключевых моментов для их модернизации.

Стоит отметить, что библиотеки вузов Уральского региона не проводят общего социологического исследования пользователей, что было бы очень полезно для их дальнейшей работы по развитию более тесных взаимосвязей с пользовательской аудиторией. В качестве примера можно взять мониторинг студенческой среды Екатеринбурга, проводимый группой уральских социологов [2]. Он проводится раз в 4 года и его можно считать уникальным в своем роде, так как продолжается уже 17 лет. Целями этого исследования было выявление динамики ценностных установок, образа жизни и поведения студентов в процессе трансформации российского общества.

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время стандарты системы качества и социальной ответственности заставляют библиотечных специалистов активно применять социологические практики в своей деятельности. Таким образом, если библиотека стремится позиционировать себя как привлекательное место для посещения пользователями и построения взаимовыгодных отношений с партнерами и сотрудниками, то изучение заинтересованных сторон должно быть приоритетной задачей.

#### **Библиографический список**

1. Самохина М. М. Из жизни сегодняшних российских библиотек: заметки библиотечного социолога / М. М. Самохина // Новое литературное обозрение. – 2005. – № 74. – С. 325–343. – URL: [http://www.library.ru/1/sociolog/text/article.php?a\\_uid=251](http://www.library.ru/1/sociolog/text/article.php?a_uid=251).
2. Студент – 2012 : материалы шестого этапа социол. мониторинга, дек. 2011 – янв. 2012 / [Ю. Р. Вишневский и др. ; под ред. Ю. Р. Вишневского] ; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : УрФУ, 2012. – 332 с.